图书情报工作
第 63 卷 第 5 期　2019 年 3 月

阅读推广活动评价指标体系构建*

■ 岳修志
中原工学院图书馆　郑州 450007

摘要：[目的/意义] 通过较为科学和系统地构建阅读推广活动评价指标体系，提高阅读推广活动的绩效。[方法/过程] 比较国内相关文献提出的阅读推广活动评价指标、全民阅读体系及其指标，分析单个、单位和区域阅读推广活动的过程及其要素。[结果/结论] 初步提出基于公共项目视角的阅读推广活动评价指标体系，共有 6 个一级指标：管理绩效、技术绩效、经济绩效、社会绩效、生态环境绩效、可持续发展绩效，以及 19 个二级指标，92 个三级指标。这些指标有待进一步实证和校正。

关键词： 阅读推广活动　公共项目　绩效评价　评价指标
分类号： G252
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2019.05.005

对于阅读推广活动（以下简称"活动"）的评价日益受到研究者的重视。活动评价指标已经在一些文献中出现，有的是针对儿童阅读推广活动的，有的是针对高校阅读推广活动的，有的在"全民阅读体系"中涉及到。这些文献由于篇幅的限制，对于指标的来源缺乏深入的比较和分析，也没有对活动评价指标进行全面分析和概括。本研究将阅读推广活动分为 3 个层次：单个阅读推广活动、某单位一段时间内的阅读推广活动、某区域一段时间内的阅读推广活动[1]。在上述文献的基础上，结合现有对于图书馆相关评价标准等文献研究，并考虑到阅读推广活动属于社会、文化、教育活动的一部分，借鉴对于公共部门绩效评价、公共项目评价的研究，以及其他社会、文化以及教育活动等评价的研究成果，分析阅读推广活动评价的内容、目的、方法、标准，提出阅读推广活动的评价指标体系。

1　对相关文献提出的阅读推广活动评价指标的分析

已有研究对于 2015 年以前发表的国内外阅读推广活动评价相关文献进行了分析，主要在于：活动评价需要注意的因素、活动评价指标体系的分析，以及某个阅读推广计划的实施过程及其效果（或产出）[1]，本文不再赘述。

1.1　近年来国外文献关于阅读推广活动评价的分析

R. Needlman 等将 45 个 6 个月到 6 岁的儿童分成两组，让他们在父母的陪伴下进行朗读技能提升的研究，通过观察和反馈的方法，可以有效激励父母训练和提高儿童的朗读技能[2]。这种观察和反馈的实验方法有利于阅读推广活动评价的实施。D. Brosio 等对促进患者阅读的恢复性策略进行实证研究，发现阅读修复效果主要体现在：公共空间内私密空间的发展、过程的主体化[3]。可见，针对特殊人员的阅读提升主要取决于阅读空间的创建和阅读主体在阅读过程的自主性。阅读推广活动评价依据需要参考阅读空间和用户自主性两方面。O. Christine 等研究了不同程度指导下母子共读对于孩子认知能力的影响，评估了投入（赠书、辅导、阅读时间长度和频率）与产出（词汇理解和掌握、认知和社会情绪能力）的关系[4]。这是针对一种阅读推广活动进行评价的案例，研究结果肯定了专业指导下的图书赠送活动对弱势群体及家庭阅读的帮助和促进作用。投入与产出评价是阅读推广活动评价的方法之一。H. Gum-Sook 等开发了阅读推广方案的评价工具，对韩国的"阅读文化提升方案"进行评价，找出政策与规划中存在的问题，并提出改进策略[5]。这对于区域以及国家层面的阅读推广活动评价有所帮助。M. Baro 等基于定量数据和图书馆管理者的看法，在 2009 年对加泰罗尼亚 320 家公共图书馆的阅读推广活

* 本文系国家社会科学基金项目"阅读推广活动的评价指标体系构建及其实证研究"（项目编号：15BTQ022）研究成果之一。
作者简介：岳修志（ORCID：0000－0002－6816－682X），馆长，研究馆员，博士，E-mail：yuexiuzhi123@126.com。
收稿日期：2018－07－20　修回日期：2018－09－16　本文起止页码：42－50　本文责任编辑：王传清

动进行评价,发现影响阅读推广活动效果的因素有:为图书馆提供外部支助的外部服务计划开展的活动、图书馆工作人员数量、计划活动的总数量、图书馆工作人员和活动数量的相互作用等[6]。国外对于阅读推广活动评价的研究,主要在于单个、具体的阅读推广活动的评价,也有对阅读推广活动计划或方案的评价,或对某一类机构阅读推广活动的评价。但是对阅读推广活动以及评价的全面性分析的成果还不丰富,值得借鉴的文献较少。

1.2 国内文献中阅读推广活动评价指标的分析

王素芳等提出了"图书馆儿童阅读推广活动评估指标体系",包括3个一级指标、13个二级指标和50个三级指标[7]。该指标体系既有针对单个阅读推广活动的指标,如:组织者人数、组织者学历、组织者专业能力、政府对活动的支持度、社会组织参与度、专家学者参与度、志愿者参与度等,又有针对某单位一段时间的阅读推广活动的指标,如:常规活动数量、特色活动数量、活动类型的丰富度、家长群参与度等。还有些指标是在不同单位之间进行的对比的指标,如交通、环境等三级指标。

尹秀波从读者的角度,提出4个指标、17个分项指标[8]。论文以读者的角度来评价阅读推广活动具有根本性的意义,但将"阅读能力"分为收集、概括、解释和评价信息能力值得商榷。尹秀波提出的"读者满意度"是针对阅读推广活动,其余的3个一级指标就是读者参与阅读推广活动后比较得出的结果。如果能把读者对于阅读推广活动的看法进行细分,如:期望值、感受值等,会更加具体化。

卢苗苗和方向明设计了高校图书馆阅读推广活动绩效评估指标体系,分为5个一级指标、32个二级指标[9]。总体上看,其指标体系较为全面,且强调面向参与者。但问题在于,该评价主要是针对某单位一段时间内的阅读推广活动的评价,其中一些指标"活动内容、活动形式、活动组织过程、互动性、吸引力"用于单个阅读推广活动更合适。另外"活动绩效"和"参与者收益度"交叉,但该文中的"活动绩效"的二级指标主要是评价图书馆的资源和服务。

余小玲参考了"ISO9000质量评估体系"和"Lib QUAL+评估体系"后,提出了4个指标内容和16个评价维度,文中说明馆藏文献资源、设施设备资源这两个指标内容是阅读推广活动评价的基础和保障,将"阅读推广活动过程"和"阅读推广活动结果"这两个指标内容作为整个阅读推广活动的核心评价标准[10]。但是该文缺乏用户在阅读推广前后的阅读行为、阅读心理以及阅读质量的比较的指标。另外,对"评价维度"的权重和"读者具体评价标准要点描述"的量化分值没有说明过程。

岳修志针对高校阅读推广活动,提出了基于大学生和图书馆两个方面的评价指标[11]。这两方面的评价指标没有重合度,但缺乏相关性。另外,在大学生方面,满意度是否可以作为一个终极评价指标?

比较上述文献提到的一级指标或维度见表1。对于阅读推广活动的评价,尹秀波从读者的角度来评价,抓住了阅读推广活动评价的根本;余小玲从阅读推广活动的基础、过程和结果3个要素来评价,是把阅读推广活动作为对象进行评价;岳修志从读者和图书馆两方面评价阅读推广活动,对于参加阅读推广活动的对象进行评价,没有考虑到活动宣传的影响效果。王素芳等、卢苗苗等不仅从图书馆和参与者的角度评价阅读推广活动,还从宣传效果或社会影响方面来评价阅读推广活动,考虑了阅读推广活动因为媒体宣传对没有参加这些阅读推广活动的人群产生的影响,是比较全面的。

表1 国内相关文献中的阅读推广活动评价一级指标(维度)比较

相关文献作者	评价维度或指标		
王素芳等	图书馆:人员;活动;经费;整合	参与者:满意度;受益度	社会影响:活动规模;活动持续性;活动宣传推广;活动公平度等
尹秀波	/	读者:读者满意度;阅读心理;阅读能力;阅读行为	/
卢苗苗等	图书馆:活动保障程度;活动实施质量	参与者:参与者满意度;参与者受益度	活动绩效
余小玲	图书馆(阅读推广活动基础):馆藏文献资源;设施设备资源	阅读推广活动过程	阅读推广活动结果
岳修志	图书馆:投入的时间;人力;财力;物力;合作程度	大学生:参与广度;参与深度;满意度	/

上述研究中的阅读推广活动的评价指标围绕活动的要素或过程提出,比如活动的参与方面,有图书馆、参与者(读者或用户);有的指标涉及到阅读推广活动的过程,如活动规模、媒体,以及参与者在活动前后能力或行为的对比。是否可以根据阅读推广活动的要素进行评价呢? 活动的“效益”或“读者满意度”是指标,还是标准? 是否可以作为一级指标呢? 是否需要将“读者满意度”进行有效分解? 评价指标提出的依据和根本目的是什么?

因此,有必要对于活动的工作内容、评价指标、绩效标准之间的关系进行辨析,根据工作内容标准和岗位任职能力标准确定指标。过程如下:首先,分析和归纳阅读推广活动的工作内容,然后提取评价绩效指标,最后确立绩效标准。在确定阅读推广活动的评价体系中,要善于识别出“关键绩效指标”,同样要区分出“关键绩效行为”[12]。

1.3 阅读推广与全民阅读体系的区别

夏立新等从组织维、资源维、用户维 3 个角度探索全民阅读评估标准体系框架的构建,认为全民阅读工作的概念是“……各种阅读设施及服务”,阅读推广(活动)的概念则是“……为促进人们阅读而开展的相关活动。”从宏观上看,全民阅读工作和阅读推广活动基本是相同的。另外,该文提到了“宣传与推广的评估”,是对阅读推广活动评估的直接内容。该文认为阅读推广的评估包括两个方面:一是对舆论宣传的评估;二是对阅读推广项目的评估。这和王素芳等提出的阅读推广评估指标中的“图书馆”和“社会影响”类似。王素芳等提出的“参与者”的维度体现在夏立新等论文的“阅读资源的利用”部分[13]。

1.4 阅读推广活动案例评选中的评价指标

首届全国高校图书馆阅读推广案例大赛于 2015 年 10 月 15 – 16 日举办[14]。决赛现场评审具体评分标准分为:创新性、可操作性、可持续性、效果、演示效果。创新性是针对常见的阅读推广活动而言,可操作性是案例与实践结合的程度,可持续性是案例是否可以多次举办,效果则是对于读者或社会而言,最后的演示效果是现场表现。创新性和可持续性是对于活动管理的评价,可操作性是活动的技术要素,效果则是对于活动的整体评价。前 4 项标准对于单个活动评价具有参考作用。

中国图书馆学会 2016 年发布的“书香城市(区县级)”活动通知中,关于“书香城市(区县级)”的申报条件有 9 条,涵盖 5 个方面[15]:第一,强调资质和规章制度,如第 1、2 条;第二,强调馆藏和设施,如第 3、4、6、9 条;第三,强调馆藏利用情况,如第 7 条;第四,强调政府的支持,如第 8 条;第五,强调阅读推广活动举办的次数,如第 5 条。第一、四、五项针对活动的管理能力;第三项针对活动的间接效果和社会效益;第二项是活动的基础条件。这 5 个方面对于区域阅读推广活动的评价具有参考作用。

2 阅读推广活动绩效评价指标的内容及分类

可以借鉴有关评价的文献大致可分为:第一,对于项目的评价,尤其是公共项目的评价;第二,对于一般社会活动的评价,阅读推广活动是一类社会活动;第三,对于服务的评价,阅读推广活动本质上是一种服务,而且是公益性的服务;第四,对于系统的评价,阅读推广活动是系统的活动;第五,图书馆相关评价,图书馆目前在阅读推广活动中是重要的力量,图书馆相关的评价对于阅读推广活动评价有着积极参考作用。经过比较以上 5 方面研究的内容,发现在评价方面均有交叉。公共项目评价的内容对于阅读推广活动评价的理论支持,以及拓宽目前国内对于阅读推广活动的评价研究有着重要帮助,因此,本研究着重提出基于公共项目视角的阅读推广活动评价指标体系[16]。

第一,管理绩效。这是阅读推广活动绩效评价的基础和重要组成部分。管理绩效评价重在阅读推广活动过程的评价,单个阅读推广活动重在战术管理绩效,单位和区域的阅读推广活动重在战略管理绩效。管理绩效主要由阅读推广活动组织者提供。

第二,技术绩效。阅读推广活动不再是简单发布通知,组织一些用户到现场开展活动。在信息化、移动化、用户兴趣多元化的时代,需要借助信息化技术、有效的传播渠道、吸引读者且具有特色的宣传内容、快速准确的联络工具、用户与活动互动的平台、易于展示的活动现场、便于管理活动文件的交流与存放系统等。这些都要采取一些先进的、适用的、合理的、可靠的、高效的、可维护的技术,而且还要考虑阅读推广活动的管理者和执行人员相关的技术水平。

第三,经济绩效。阅读推广活动绩效评价必须要有经济绩效,阅读推广活动的外在表现,主要是活动的投入和产出。阅读推广的经济绩效重在“绩”,而非“效”,因为阅读推广活动重在宏观效应。单位和区域

的阅读推广活动尤其要强调经济绩效。经济绩效主要由阅读推广活动组织者提供。

第四,社会绩效。在公共财政框架下,阅读推广活动必须要把社会绩效放在首要甚至是决定性位置。社会绩效重点在于单位和区域阅读推广活动的成效,主要由阅读推广活动组织者提供,要采取基于读者满意度的方法。

第五,环境绩效。主要是对于阅读环境和文化环境的改善程度,重点在于单位和区域阅读推广活动的成效。

第六,可持续发展绩效。主要在于阅读推广活动投入、方式的可持续性,以及参与者人数的可持续性。

阅读推广活动绩效评价内容及其一级指标如图 1 所示:

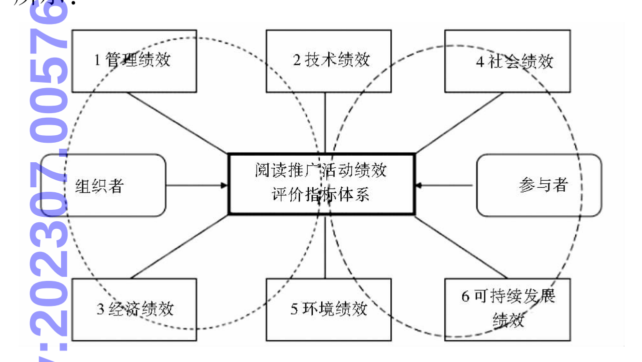


图 1　阅读推广活动绩效评价内容及其指标体系

3　基于公共项目视角的阅读推广活动评价指标体系

3.1　阅读推广活动管理绩效评价要素、内容和指标

活动管理的效果主要从 3 个方面完善和提高:活动组织者的管理能力和素质;开展过程因素,如活动成本、质量、进度的管理绩效等;综合管理因素,如活动的制度、规划过程、监管、文档管理绩效等。管理绩效对于单个阅读推广活动评价和某单位在某一阶段的阅读推广活动更为重要。

为了提高阅读推广活动的管理绩效,需要重视和完善上述要素和内容,但是考核的要素和内容不是评价指标体系。比如在活动的管理过程上,有固定的阅读推广组织人员、活动、场所,甚至经费,但活动效果不一定就好。管理绩效指标可以从管理绩效考核的要素和内容上进行提取,从比较的结果看,需要一些比值才能反映出阅读推广活动的管理绩效。参考信息与文献——图书馆绩效指标 2014(International Organization for Standardization. Information and documentation -Library performance indicators 2014,ISO 11620:2014(E). www. iso. org)[17],确定阅读推广活动管理绩效评价指标体系及其应用范围见表 2,分为 3 个二级指标,25 个三级指标。表 2 中的"使用范围"选项:单个,即单个阅读推广活动;单位,即单位某一阶段的阅读推广活动;区域,即区域某一阶段的阅读推广活动。

表 2　阅读推广活动的管理绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	1.1 组织者的管理能力	活动面向用户特点的针对性	单个;单位;区域
2		阅读推广人员与单位内人员数量的比值	单位
3		管理者、执行者、参与者(志愿者)的比例	单个;单位;区域
4		活动组织者推荐图书的能力	单位;区域
5		组织者书评编写的能力	单位;区域
6		组织者文本编辑的能力	单位;区域
7		活动信息发布的数量与组织者人员数量之比	单个
8		活动获得组织或上级领导参加次数与活动次数的比值	单位;区域
9		区域阅读推广活动机构出台相关文件年度增量	区域
10	1.2 开展过程因素	用户参加活动的意愿	单个;单位
11		用户与活动组织人员的(包括网络)互动次数	单个
12		用户参加活动的时间与活动组织时间的比值	单个
13		活动正式面向用户举办的时间与活动开始宣传的时间的差值	单个
14		一阶段活动次数与每次活动组织者人数之和的比值	单位
15		一年内参加活动人数总量与每次活动组织者人数之和的比值	单位
16		一阶段内活动参加总用户数量与活动总次数之比	单位
17		活动潜在用户的最大数量与实际参加活动用户数量的差值	单个
18		一阶段参加现场活动的用户数量的平均值	单位
19		用户人均参加活动的次数	单位
20		用户参加现场活动的成本(时间和费用)和限制(场地)	单个
21		活动从计划到执行的时间段	单个
22		活动组织时间的平均值	单位
23	1.3 综合管理因素	活动在上一级机构(精神文明活动)的备案和比例	单位;区域
24		活动文档资料的保存程度(实际保存的与应该保存的比例)	单个;单位
25		活动后在组织内宣传报道次数与活动次数的比值	单个;单位

3.2 阅读推广活动的技术绩效评价内容、要素和指标

活动采用的技术水平是否先进，对于参与者是否适合、活动能否实现预期目标有着极为重要的作用，包括采用技术进步水平评价、技术适用性评价和技术合理性评价。只要能组织一定的用户参与，或采取一定的技术，将读物或知识推向读者，阅读推广就基本达到目的。但是目前图书等文献资源载体的多形式、传递的多渠道、信息接收设备的智能化等因素，导致阅读推广想把“合适的”读物或知识推向“合适的”读者，就必须采用“合适的”技术。同时，活动组织者的技术水平也影响着活动的效果。中原工学院在 2015 年举办学生荐书大赛决赛时，参赛选手自己制作幻灯片，采取演讲的方式进行比赛，现场观众利用微信投票和评委打分相结合的方式在现场给出总成绩。利用微信平台，观众可以对每位选手评论、点赞，并在大屏幕上显示，现场气氛热烈[18]。

可以从技术的先进性、实用性、合理性、可靠性、可维护性、技术效率以及技术人员的水平方面设计评价内容和要素：①技术设备的进步水平：技术的新颖性（活动流程中使用的主要技术是否为同类技术的先导者）、技术的差距性（活动使用的主要技术初次投入使用的时间与目前同类最新技术初次投入使用时间的差距，以年限表示）、设备的差距性（活动使用的主要设备与先进水平设备的年代差距）。②技术设备的适用性：匹配度（活动各流程使用的技术、设备是否相互匹配）、可操作性（设备的操作是否为活动执行者和参与者所掌握）、设备的可靠性和可维护性。③技术人员的技术水平：活动实施人员技术上的操作水平和工作效率。④技术效率：一是节约资源的程度。采用新、老技术完成同样的工作量所节约的时间、人力、经费和其他资源，用百分比表示。如同样是读书征文活动，采取网页公告、电话通知、层层上交、人工查重的方式与采用微博或微信发布、直接提交、系统查重的方式，就会有不同的效率和效果。二是计算机完成工作量的百分比。由于组织、资金、技术的原因，虽然拥有各种先进设备，但得不到充分的应用。技术绩效可以由活动组织者和专家直接打分。

阅读推广活动技术绩效评价指标体系及其应用范围如表 3 所示，分为 4 个二级指标，9 个三级指标。

表 3 阅读推广活动技术绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	2.1 进步水平	一阶段数字阅读推广活动占所有阅读推广活动的比例	单位;区域
2		活动后文档资料数字化长期保存的程度:实际数字化文档数量与应该数字化文档数量的比值	单个;单位
3		一阶段参加数字阅读推广活动用户数量与参加阅读推广现场活动人数比例	单位
4	2.2 适用性	活动信息发布通道与用户的匹配性	单个;单位
5		用户浏览活动相关信息的次数与参加活动用户数量的比值	单个
6	2.3 技术水平	活动占用场所次数与非占用场所的次数及比例	单位;单位
7		组织者文档网络化编辑和发布的能力	单位
8	2.4 技术效率	活动中与用户交流(网络或现场)的次数	单个
9		活动在社会公共平台(网站、微信、微博、头条)发布信息数量与自有网络发布信息数量比值	单个;单位

3.3 阅读推广活动的经济绩效评价内容、要素和指标

虽然阅读推广活动无法追求经济效益最大化，甚至不能以经济效益最大化为主要目标，但也要求“低投入、高收益”。活动的经济绩效可以重在“绩”，即投入在活动过程中的消耗、最终转化成什么样的产品或服务及其表现形式。活动的经济绩效评价分为阅读推广财务评价和全民阅读经济评价两个层次的要素。单个阅读推广活动、单位一段时间的阅读推广活动主要考虑阅读推广财务评价，某区域一段时间的阅读推广活动要同时考虑这两个层次。

阅读推广财务评价要素要计算直接发生的财务费用和效益，编制财务报表或类似的经费使用表格，考察活动的超额或结余等财务状况，给出财务可行性结论。采取定量和定性结合的方法，但以定量分析为主。考察的主要是财务投入，包括：人财物力的现金折合；过程中产品和最终产品或服务及其表现形式。

全民阅读经济绩效评价要素主要考虑某区域一定时间段的各种阅读推广活动的总费用的分配和利用，及其与区域有限资源的比值，如活动经费投入总量占区域 GDP 的比例、活动经费投入总量占区域 GDP 的比例的年度增量等。

阅读推广活动经济绩效评价指标体系及其应用范围如表 4 所示，分为 2 个二级指标，13 个三级指标。

岳修志.阅读推广活动评价指标体系构建[J].图书情报工作,2019,63(5):42-50.

表 4　阅读推广活动经济绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	3.1 财务评价	组织者举办活动产生的直接费用与用户参加人数的比值	单个;单位
2		活动费用支出与阅读推广人员成本比例	单个;单位
3		部门年度活动经费与业务经费之比	单位
4		部门年度活动费用(直接费用)占部门费用之比	单位
5		部门年度活动经费与文献资源购置费之比	单位
6		一阶段活动直接费用与间接费用总和与参加人数之比	单位
7		一阶段活动经费与活动数量的比值	单位
8	3.2 全民阅读经济	年度活动经费占年度总投入经费的比例	单位
9		年度相关活动经费占年度总投入经费的比例的年度增量	单位
10		单位阅读推广活动经费占单位精神文明建设经费的比例	单位;区域
11		单位阅读推广活动经费占单位精神文明建设经费的比例年度增量	单位;区域
12		年度全民阅读经费投入总量占区域 GDP 的比例	区域
13		年度全民阅读经费投入总量占区域 GDP 比例的年度增量	区域

3.4　阅读推广活动的社会绩效评价内容、要素和指标

阅读推广活动的公益性和社会整体福利特点决定开展和管理阅读推广活动必须考虑其追求与社会目标的一致性,主要调查和预测阅读推广活动产生的社会影响和社会效益,分析阅读推广活动和所在地区社会环境的相互适应性与可接受程度,可以从社会文化绩效、社会经济绩效和社会环境绩效三方面考虑。

社会文化绩效主要包括:社会公众对于阅读推广活动的满意度,社会公众阅读自我满意度。用来评价阅读推广活动对社会公众间接的影响。

社会经济绩效包括:图书、相关媒体和机构等文化市场就业系数(评价一定时期内阅读推广活动投资带来就业人数增加的效果)、劳动生产率贡献度(评价区域内相关文化市场生产先进或落后的状态)、科技进步效果(评价阅读推广活动为所在区域在文化产品技术开发、普及与应用方面的贡献)。

社会环境绩效包括:对不同类型参与者(主要是不爱阅读、不会阅读、阅读困难参与者)的影响效果;对某区域不同经济发展水平范围的人口的影响效果;对文化、宣传、教育环境的影响效果(评价阅读推广活动实施前后对所在区域文化、宣传、教育等机构的变化数量)。

阅读推广活动社会绩效评价指标体系及其应用范围如表 5 所示,分为 3 个二级指标,11 个三级指标。

表 5　阅读推广活动社会绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	4.1 社会经济绩效	人均购书数量的年度增量	单位;区域
2		(三年来)区域纸质图书出版量年度增量	区域
3		(三年来)区域电子图书出版量年度增量	区域
4	4.2 社会环境绩效	参与活动用户获奖(被表彰)数量占参与活动用户数量比值	单位
5		一阶段活动案例获得省、市级以上协会或单位表彰及获奖次数与活动举办次数比例	单位
6		活动后在社会媒体报道次数与活动次数比值	单个;单位
7		参加活动用户对活动的满意度	单个;单位;区域
8		参加活动的用户阅读自我满意度	单位;区域
9		阅读推广微信公众平台 WCI 数值阶段时间内的提升名次	单位
10	4.3 社会文化绩效	人均年度阅读图书数量	单位;区域
11		(人员)公民阅读自我满意度	单位;区域

3.5　阅读推广活动的生态环境绩效评价内容、要素和指标

阅读推广活动对于社会的生态环境也有一定的影响。首先是活动过程中的产物,如宣传材料、广告幅等。其次是活动最终产品或服务及其存在的形式,如专家报告现场及其视频载体、现场大屏幕、读书征文文集等。最后是阅读推广活动导致各种类型的文献(纸质和电子)的生产和发展的情况对于社会生态环境的影响,比如造纸业、电子产品废旧处理对于社会生态环境的影响。值得注意的是,阅读推广活动相比其他项

目或活动，对于社会生态环境的负面影响是微小的，甚至是“环保”的活动。

阅读推广活动生态绩效评价指标包括：第一，生态环境绩效。因阅读推广活动而新产生的基础设备，如图书馆、文化馆、农家书屋、书店的生态环境绩效，如附属的草地等。第二，美学及环境质量绩效。如一些附属设施、广告宣传条幅与原有景观的和谐性。第三，自然资源节约及综合利用绩效。如利用电子屏取代印刷的大型广告幅，利用微信等平台发布的各类信息取代了部分纸质材料。

阅读推广活动环境绩效评价指标体系及其应用范围如表6所示，分为3个二级指标，8个三级指标。

表6　阅读推广活动环境绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	5.1 生态环境绩效	区域各级图书馆、文化馆、书店等阅读推广机构的年度增量	区域
2		活动提供相关信息的印刷型资料的数量和数字型资料的阅读次数之比	单个
3		组织方通过网络发布活动信息的数量与用户点击量的比值	单个;单位
4		活动通过网络发布信息次数与活动发布信息总次数的比值	单位
5	5.2 美学及环境质量绩效	区域投放阅读推广(全民阅读)印刷型广告(宣传)的数量阶段时间(年度)增量	区域
6	5.3 自然资源节约及综合利用绩效	区域发布有关阅读推广(全民阅读)多媒体信息数量在阶段时间(年度)的增量	区域
7		阅读推广活动中相关数字化信息的点击次数与数字化用户的比值	单个
8		一阶段内不需要专门经费(或免费)活动次数与所有活动次数比值	单位

3.6　阅读推广活动的可持续发展绩效评价内容、要素和指标

阅读推广活动的可持续发展是涉及文化、经济、社会、技术及自然环境的动态的综合概念，主要包括自然资源和生态环境的可持续发展、经济的可持续发展和社会的可持续发展三部分。

首先，阅读推广活动相关的人财物力需要每年都能够持续投入。其次，一些阅读推广活动能够每年持续地开展。阅读推广活动的持续开展，推动公众更多地购买或借阅图书等文献，无论是纸质版还是电子版，也会给文化相关市场带来经济上的持续增长和质量上的持续提升(虽然无法将图书的销量与质量与阅读推广活动效果直接划等号)。最后，阅读推广活动在满足当代人阅读需要的同时，会给后代人阅读带来更多的益处。

阅读推广活动的可持续发展绩效评价指标包括：第一，阅读推广活动自身的可持续绩效。包括目标绩效，即从目标实现程度、差距分析角度评价阅读推广活动各类目标是否实现；机构与运行机制完善程度，即从组织设置、运营机制等角度，评价阅读推广活动的可持续发展能力。第二，经济增长的可持续绩效。包括单个、单位或区域各类阅读推广活动投入的费用的基数及其年增长率；文化等产业发展的贡献，评价阅读推广活动对所在区域产业增加值、文化产业产值的变化率等产业发展方面的贡献。第三，环境与资源的可持续绩效。包括资源可持续利用的贡献、对自然环境的影响，用来评价活动与自然资源、环境之间的协调发展程度，包括活动中产生的各类信息及其载体的可持续和可循环利用的程度。第四，社会发展可持续绩效。包括对国民受教育程度变化率的贡献，对人均阅读图书增长率的贡献。严格意义上，应该是阅读推广活动前后，活动从无到有后上述两指标在某单位或某区域的对比。还有创新能力贡献，就是评价阅读推广活动对所在区域自主创新能力提高的贡献。

阅读推广活动环境绩效评价指标体系及其应用范围如表7所示，分为4个二级指标，16个三级指标。

4　结语

多数国内参考文献中是以图书馆为主体研究阅读推广活动。虽然当前我国的阅读推广活动实践中，图书馆成为中坚力量，但是也有一些非图书馆部门或机构进行阅读推广活动，所以阅读推广活动的评价不能局限于图书馆界。本文初步得出阅读推广活动在6个方面的一级评价指标：管理绩效、技术绩效、经济绩效、社会绩效、生态环境绩效、可持续发展绩效，19个二级指标，92个三级指标。与其他文献提出的阅读推广活动评价指标相比，具有如下优势和科学性：第一，本文提出的阅读推广活动评价指标体系适用于活动的任何承办单位，也包括图书馆。第二，从管理、技术、经济、社会、环境以及可持续发展等更广泛的范围来评价阅读推广活动，兼顾了单个、单位和区域阅读推广活动的不同特点，这6个一级指标在单个、单位和区域阅读推广活动权重有所不同。管理、技术、经济绩效更侧重于单个和单位的阅读推广活动的评价，社会、环境、可持

岳修志. 阅读推广活动评价指标体系构建[J]. 图书情报工作,2019,63(5):42－50.

表 7　阅读推广活动可持续发展绩效评价指标体系及其使用范围

序号	二级指标	三级指标	使用范围
1	6.1 活动自身的可持续绩效	阅读推广活动结束后,用户通过网络访问文档资料的点击次数和阅读推广活动当时参加人数(点击次数)的比例	单个
2		图书被推荐后相关图书阅读次数的增值	单个;单位
3		用户再次参加该项活动的意愿	单个
4		用户继续参加其他阅读推广活动的意愿	单位
5		用户参加本单位与外单位联合举办活动的便利性	单位
6		用户愿意参加本单位与外单位联合举办活动的数量	单位
7		愿意参加本单位与外单位联合举办活动的人数	单位
8		参加活动用户对阅读推广活动的满意度年度增量	单个;单位;区域
9		参加活动用户的读书自我满意度年度增量	单位;区域
10	6.2 经济增长的可持续绩效	活动专项经费三年来(或三个阶段)的比值	单位;区域
11	6.3 环境与资源的可持续绩效	(三年来)区域内单位阅读推广活动机构年度增量	区域
12	6.4 社会发展可持续绩效	年度自有图书总量与读者图书借阅次数之比年度增量(含有图书馆及其类似部门的专用指标)	单位
13		人均借阅图书数量的年度增量(含有图书馆及其类似部门的专用指标)	单位
14		人均年度阅读图书增量	单位;区域
15		三年来参加活动的用户的年度读书(纸质和电子)数量的年度增值	单位
16		(公民)阅读自我满意度年度增量	单位;区域

续发展绩效更侧重于区域阅读推广活动的评价。单个阅读推广活动是最基本的阅读推广活动,众多的单个阅读推广活动构成了单位的阅读推广活动,众多单位的阅读推广活动构成区域阅读推广活动。但是在单个阅读推广活动之间、单位阅读推广活动之间的关系并不相同,在评价阅读推广活动时不能忽略。而且单个以及单位阅读推广活动之间的关系将是活动的社会、环境以及可持续发展绩效的重要内容,因此本文提出的阅读推广活动评价指标更具有系统性。第三,单个阅读推广活动的评价是单位阅读推广活动评价的基础,同理,单位阅读推广活动评价是区域阅读推广活动评价的基础。采用一套阅读推广活动的评价体系,在阅读推广活动评价实践中较为可行。同时充分考虑到这三个层次的阅读推广活动在一套评价指标体系中的不同权重,又能实现阅读推广活动评价上的科学性。下一步的工作包括:第一,第三级指标有一定的重复现象,需要删除和调整;第二,对于各级指标名称需要进一步凝练和规范化;第三,对于各级指标需要给出计算方法;第四,各级指标的权重需要通过层次分析法、熵权法等方法得出;第五,这些指标的确定,需要通过德尔菲法以及其他方法最终确认和优化;第六,这些指标需要在实证中进一步验证和修改。

参考文献:

[1] 姚显霞. 阅读推广活动评价评述及其总体框架构建[J]. 大学图书馆学报,2016,34(2):89－93.

[2] NEEDLMAN R,LONE Z,CHAE R,et al. Literacy promotion strategies within reach out and read: an exploratory study[J]. Clinical pediatrics,2018,57(11):1326－1331.

[3] BROSIO D,ALOMO M,BASANISI C,et al. Strategies for the promotion of reading with adults in a hospital admission context[J]. Hacia la promoción de la salud,2018,23(1):41－55.

[4] CHRISTINE O,ORLA D,GERARD V,et al. Shared reading in infancy and later development: evidence from an early intervention [J]. Journal of applied developmental psychology,2018,54(1):69－83.

[5] GUM-SOOK H,LEE Y,SEO U,et al. A study on the evaluation and improvement of reading culture promotion programs[J]. Journal of Korean Library and Information Science Society,2016,47(3):289－314.

[6] BARO M,MANA TERESA B,et al. Reading promotion in public libraries in catalonia:evaluation and results[J]. El profesional de la informacion. 2012(21):277－281.

[7] 王素芳,孙云倩,王波. 图书馆儿童阅读推广活动评估指标体系构建研究[J]. 中国图书馆学报,2013,39(6):41－52.

[8] 尹秀波. 读者视角下高校图书馆阅读推广活动评价指标体系构建研究[J]. 大学图书情报学刊,2016,34(1):98－101.

[9] 卢苗苗,方向明. 高校图书馆阅读推广活动绩效评估指标体系构建研究[J]. 图书馆建设,2015(11):34－37.

[10] 余小玲. 基于读者参与的图书馆阅读推广活动质量评价研究[J]. 图书馆界,2015(1):67－70.

[11] 岳修志. 基于问卷调查的高校阅读推广活动评价[J]. 大学图书馆学报,2012,30(5):101－106.

[12] 吕小柏. 绩效评价与管理[M]. 北京:北京大学出版社,2013:20－31.

[13] 夏立新,李成龙,孙晶琼. 多维集成视角下全民阅读评估标准体系的构建[J]. 中国图书馆学报,2015,41(6):13-28.

[14] 上海交通大学图书馆. 首届全国高校图书馆阅读推广案例大赛[EB/OL]. [2018-08-12]. http://conference.lib.sjtu.edu.cn/rscp2015/news.html.

[15] 中国图书馆学会. 中国图书馆学会关于举办2016年"书香城市(区县级)"发现活动的通知[EB/OL]. [2018-08-15]. http://www.lsc.org.cn/c/cn/news/2016-07/05/news_9166.html.

[16] 朱衍强,郑方辉. 公共项目绩效评价[M]. 北京:中国经济出版社,2009:133.

[17] International Organization for Standardization. ISO 11620:2014 information and documentation —— library performance indicators [EB/OL]. [2018-08-20]. https://www.iso.org/standard/56755.html.

[18] 中原工学院图书馆. 第七届读书节系列活动之"书之韵"荐书大赛成功举办[EB/OL]. [2018-08-13]. http://lib.zut.edu.cn/news/detail/aid/2249.

Construction of Evaluation Indicators for Reading Promotion Activities

Yue Xiuzhi
Library, Zhongyuan University of Technology, Zhengzhou 450007

Abstract: [**Purpose/significance**] The paper aims to construct evaluation indicators for reading promotion activities scientifically and systematically, and to improve the performance of reading promotion activities. [**Method/process**] This paper compares the evaluation indicators of reading promotion activities and the national reading system and its indicators by relevant domestic literature. The process and factors of reading promotion activities of individual, unit and region are analyzed. [**Result/conclusion**] On this basis, the evaluation indicator system of reading promotion activities based on public project perspective is put forward. It has 6 first level indicators: the performance of management, technical performance, economic performance, social performance, environmental performance and sustainable development performance, and 19 second level indicators and 92 third level indicators. These indicators need to be further identified and validated.

Keywords: reading promotion activities   public project   performance evaluation   evaluating indicator

2019'《图书情报工作》优秀论文

本刊自2014年起发布当年及前两年高被引论文TOP10。自2019年起,《图书情报工作》将评选优秀论文,以中国知网检索到的前5年发表的高被引和高下载论文各年TOP50为基础,兼顾发表时间,由编辑部最后选定优秀论文20篇进行公布(见下表)。被选定的优秀论文第一作者将获得由《图书情报工作》杂志社颁发的优秀论文证书,并赠送全年期刊论文电子版。

序号	题名	作者	发表时间
1	基于动态LDA主题模型的内容主题挖掘与演化	胡吉明　陈果	2014,58(2)
2	新媒体技术发展对网络舆情信息工作的影响研究	魏超	2014,58(1)
3	基于LDA模型和微博热度的热点挖掘	唐晓波　向坤	2014,58(5)
4	大数据环境下多源信息融合的理论与应用探讨	化柏林　李广建	2015,59(16)
5	Google三大云计算技术对海量数据分析流程的技术改进优化研究	卢小宾　王涛	2015,59(3)
6	美国高校信息素养标准的改进与启示——ACRL《高等教育信息素养框架》解读	秦小燕	2015,59(19)
7	高校图书馆微信公众平台传播影响力评价体系研究	郭顺利　张向先　李中梅	2016,60(4)
8	微信用户信息共享行为影响因素模型及实证研究——基于信息生态视角的分析	王晰巍　曹茹烨　杨梦晴等	2016,60(15)
9	数字学术中心:图书馆服务转型与空间变革——以北美地区大学图书馆为例	介凤　盛兴军	2016,60(13)
10	开放政府数据评估框架、指标与方法研究	郑磊　关文雯	2016,60(18)
11	不同语料下基于LDA主题模型的科学文献主题抽取效果分析	关鹏　王曰芬　傅柱	2016,60(2)
12	高校图书馆参与高校智库建设与服务的优势及路径研究	赵雪岩　彭焱	2016,60(22)
13	用户在线知识付费行为影响因素研究	张帅　王文韬　李晶	2017,61(10)
14	基于用户行为建模和大数据挖掘的图书馆个性化服务研究	何胜　冯新翎　武群辉等	2017,61(1)
15	"双一流"建设背景下高校图书馆服务ESI学科建设的内容与策略	刘勇	2017,61(9)
16	我国政府数据开放共享的政策框架与内容:国家层面政策文本的内容分析	黄如花　温芳芳	2017,61(20)
17	图书馆阅读推广的合理性审视	范并思	2017,61(23)
18	数字学术环境下学术图书馆发展新形态研究——以空间、资源和服务"三要素"为视角	刘兹恒　涂志芳	2017,61(16)
19	图书馆与智库	初景利　唐果媛	2018,62(1)
20	基于信息熵的新媒体环境下网络节点影响力研究——以微信公众号为例	邢云菲　王晰巍　韩雪雯等	2018,62(5)